

Franchise in Islamic Law Perspectives

Mustofa

UIN Sunan Ampel Surabaya

Email: wisnumawon33@gmail.com

Abstract: *Franchising is a trend of effective and efficient business development in the present, because it is very beneficial material can also be a smart solution to minimize the sense of prestige or low self-esteem to sell or entrepreneurship for new graduates or scholars who have just completed their studies. Likewise for beginner entrepreneurs who are still afraid of the loss that is always haunting, Franchise is one solution. Apart from being able to bring big and fast profits, it can also bring prestige to the managers. The development of a franchise is very fast on the ground and expected to raise questions whether the Franchise sistem or franchise is in accordance with Islamic values? In the context of classical fiqh, the term franchise is not known. For this reason, it is necessary to discuss Islamic economic discourse with this franchise pattern, so that we can speak classically: "can take the bad and leave the bad" from the franchise sistem that was born from the west. Like clothing fashion that comes from abroad, it must be adapted to the provisions of the Shari'a, besides clothing is really fashionable and trendy, but the important thing must also be to close the genitals. For a Muslim, muamalah is worldly freedom, for which the perpetrator is given the freedom to develop and create according to the progress of the times. Even so, freedom in making rules in economic can not get out of shari'ah values.*

Keywords: *Franchise, Copyright, Partnership*

Waralaba dalam Perspektif Hukum Islam

Abstrak: Waralaba merupakan tren pengembangan usaha efektif dan efisien dimasa kini, karena selain sangat menguntungkan secara materi juga bisa menjadi solusi cerdas untuk meminimalisir rasa gengsi atau rendah diri untuk berjualan atau berwiraswasta terutama bagi *fresh graduate* atau para sarjana yang baru menyelesaikan studinya. Demikian juga bagi para pengusaha pemula yang masih takut akan resiko kerugian yang selalu menghantui, *Franchise* ini menjadi salah satu solusinya. selain bisa mendatangkan keuntungan yang besar dan cepat juga bisa mendatangkan prestige bagi pengelolaanya. Perkembangan *franchise* yang sangat cepat ditanah air dekade ini menimbulkan pertanyaan apakah sistem *franchise* atau

waralaba ini sesuai dengan nilai-nilai Islam?. Dalam konteks fiqh klasik memang tidak dikenal istilah *franchise* maupun waralaba. Untuk itu, perlu kiranya wacana ekonomi Islam melakukan sharing terhadap pola waralaba ini, agar seperti ungkapan klasik: "*dapat mengambil yang baik dan meninggalkan yang buruk*" dari sistem *franchise* yang memang lahir dari barat. Seperti halnya mode pakaian yang berasal dari luar negeri, ia harus disesuaikan dengan ketentuan syariah, selain pakaian itu betul-betul modis dan trendy, tetapi yang penting juga harus benar-benar menutup aurat. Bagi seorang muslim, muamalah adalah persoalan duniawi, yang bagi pelakunya diberi kebebasan untuk mengembangkan dan berkreasi menurut kemajuan zaman. Meskipun demikian, kebebasan dalam membuat aturan-aturan dalam bermuamalah tidak boleh keluar dari nilai-nilai syariah

Kata Kunci: Waralaba, Hak Cipta, Kemitraan

A. Pendahuluan

Waralaba (*franchise*) menjadi sebuah tren bisnis masa kini yang menguntungkan pada dekade terakhir ini, karena waralaba selain bisa mendatangkan keuntungan yang besar dan cepat juga bisa mendatangkan prestise bagi pengelolanya. Desain yang cantik, sistem penyajian yang cepat, kualitas yang maksimal, sistem pemasaran yang elegan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk membeli. Kemudian bagi pemilik atau penjualnya waralaba ini bisa menghilangkan rasa rendah diri sebagai penjual, karena image yang muncul di masyarakat bahwa berjualan itu sebuah tindakan yang bisa menurunkan martabat apalagi bagi mereka yang nota bene seorang sarjana, apalagi menjadi pedagang kaki lima di pinggir jalan. Waralaba ini bisa menjadi solusi cerdas untuk meminimalisir rasa gengsi yang tinggi untuk berjualan, apa lagi bagi para pengusaha pemula yang masih takut akan resiko kerugian yang selalu menghantui.

Ketika kita mendengar kata *Franchise*, maka yang ada dalam otak kita adalah restoran siap saji ala Amerika. Pandangan semacam ini tidak sepenuhnya salah, karena memang sekarang kita bisa menjumpai banyak sekali restoran siap saji seperti KFC, Mc Donald, Pizza hut, Texas Fried Chicken, Dunking Donuts, dan sebagainya yang nota bene berasal dari Amerika, dan konon istilah *franchise* ini memang berasal dari Amerika.

Melihat prospek dan sistem kerja *frenchise* yang dianggap sangat efektif dan efisien dalam pengembangan usaha sejak tahun 90-an, pola bisnis ini banyak diadopsi di Negara kita dalam bentuk waralaba. Pada

perkembangannya pola waralaba ini semakin diminati dan menjadi tren bisnis yang menjanjikan dengan resiko rendah, terbukti dengan menjamurnya pola bisnis waralaba pada berbagai sektor bisnis, mulai makanan, restoran, laundry, hiburan, mini market dan sebagainya.

Banyak orang bertanya-tanya, apa sih hebatnya waralaba? Bahkan ada yang berpendapat bahwa *Franchise* adalah sistem kapitalis Amerika yang notabene tidak Islami, hal ini perlu diuji lebih lanjut, karena secara riil, kontribusi waralaba sangat signifikan terhadap perekonomian nasional.

B. Sejarah Waralaba

Walaupun *Franchise* dipopulerkan di negara Amerika Serikat, namun asal mula kata *Franchise* berawal dari Eropa, yaitu Perancis dan Inggris. Kata *Franchise* sendiri bermakna "kebebasan" (*Freedom*). Di masa itu, bangsawan diberikan wewenang oleh raja untuk menjadi tuan tanah pada daerah-daerah tertentu. Pada daerah tersebut, sang bangsawan dapat memanfaatkan tanah yang dikuasainya dengan imbalan pajak/upeti yang dikembalikan kepada kerajaan. Sistem tersebut menyerupai royalti, seperti layaknya bentuk *Franchise* saat ini.

Di Amerika Serikat sendiri, *Franchise* mengalami booming pada tahun 60-70an setelah berakhirnya Perang Dunia ke-2. Pada saat itu, banyak terjadi praktek penipuan bisnis yang mengaku sebagai *Franchise*, salah satunya dengan cara menjual sistem bisnis *Franchise* yang ternyata belum teruji keberhasilannya di lapangan. Selain itu, *Franchisor* pun lebih fokus untuk menjual *Franchise* milik mereka dibandingkan membangun dan menyempurnakan sistem bisnis *Franchise*-nya. Banyak investor baru yang gagal oleh modus seperti ini, hal ini menjadi salah satu pendorong terbentuknya IFA (*International Franchise Association*) pada tahun 1960.

Salah satu tujuan didirikannya IFA adalah untuk menciptakan iklim industri bisnis *Franchise* yang dapat dipercaya, oleh karenanya IFA menciptakan kode etik *franchise* sebagai pedoman bagi anggota-anggotanya. Walau begitu, kode etik *Franchise* masih perlu didukung oleh perangkat hukum agar dapat memastikan tiap-tiap pihak dalam industri ini terlindungi. Pada tahun 1978, *Federal Trade Commission* (FTC) mengeluarkan peraturan yang mewajibkan setiap *Franchisor* yang akan memberikan penawaran peluang waralaba kepada publik untuk memiliki UFOC (*Uniform Franchise Offering Circular*). UFOC adalah dokumen yang berisi informasi lengkap

mengenai peluang bisnis Franchise yang ditawarkan, seperti: sejarah bisnis, pengelola, hal yang berkaitan dengan hukum, prakiraan investasi, deskripsi konsep bisnis, dan salinan dari perjanjian *franchise*. Selain itu daftar nama, alamat dan nomor telepon dari pemilik *franchise* adalah informasi yang diwajibkan. UFOC bertujuan untuk menyampaikan informasi yang cukup mengenai perusahaan untuk membantu calon *franchisee* dalam mengambil keputusan.¹

Pertumbuhan *franchise* di Indonesia berawal dari masuknya waralaba asing pada tahun 80-90an. KFC, Mc Donalds, Burger King, Wendys adalah sebagian dari jaringan waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya *franchise* di Indonesia. Perusahaan-perusahaan waralaba lokal pun mulai bertumbuhan pada masa itu, salah satunya adalah yang termasuk pelopor waralaba lokal yaitu Es Teler 77 an hingga kini tercatat lebih dari 50 jenis waralaba di Indonesia.

Pada tahun 1991 berdiri *Asosiasi Franchise Indonesia* (AFI) sebagai wadah yang menaungi pewartalaba dan terwaralaba. Diharapkan dengan berdirinya AFI ini dapat tercipta industri waralaba yang kuat dan dapat menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional yang berbasiskan usaha kecil dan menengah.

C. Pola Bisnis Waralaba

Kata waralaba pertama kali diperkenalkan oleh lembaga pendidikan dan pengembangan manajemen (LPPM), sebagai padanan dari kata *franchise*.²

Kata *franchise* berasal dari bahasa perancis (*franchise*) yang berarti bebas dari kungkungan atau belenggu. Menurut Winardi, *fanchise* berarti hak istimewa dari pemerintah untuk sebuah badan. Menurut Martin Mendelson, *franchise* format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seorang (*franchiser*) kepada pihak lain (*franchisee*), dan lisensi tersebut memberi hak kepada franchisee untuk berusaha dengan menggunakan merk dagang atau nama dagang franchisor, serta untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebenarnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk

¹ www.wirusaha.com

² Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba I* (Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika: Jakarta, 1996), 3.

menjalankan bisnis tersebut dengan bantuan yang terus menerus atas dasar dibentuknya.³

Sedangkan kata waralaba berasal dari *Wara* yang berarti istimewa, dan *laba* yang berarti untung. Jadi, kata waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih atau istimewa.⁴

IPPM (Institute Pendidikan dan Pengembangan Manajemen) mendefinisikan pewaralaba adalah suatu teknik atau metode pemasaran untuk mendistribusikan barang dan jasa, dimana pewaralaba memberikan atau menjual pada terwaralaba hak untuk menggunakan nama dagang, citra, dan sistem milik pewaralaba dengan imbalan yang berupa uang pangkal (initial Franchise Fee) dan royalty dari terwaralaba. Sedangkan pewaralaba memberikan dukungan tetap dan jasa-jasa yang diberikan terwaralaba.⁵

Menurut International Franchise Association, secara umum terdapat beberapa bentuk format bisnis waralaba:

a. Unit *Franchising*

Bentuk waralaba ini adalah yang paling umum. Dalam unit *franchise*, pewaralaba memberikan hak kepada terwaralaba untuk menjalankan sejumlah satu (single) bisnis waralabanya dalam lokasi/daerah yang telah ditentukan. Ada 2 pihak yang berkepentingan dalam bentuk ini, yaitu Pewaralaba dan Terwaralaba.

b. *Area Development Franchising*

Dalam area *development franchising*, pewaralaba memberikan hak kepada terwaralaba (disebut *area developer*) suatu daerah tertentu yang harus dikembangkan. Terwaralaba tersebut memiliki hak dan kewajiban untuk membuka dan mengoperasikan sendiri sejumlah unit waralaba tertentu sesuai dengan jadwal rencana pengembangan yang telah ditetapkan sebelumnya. Biasanya, jika target jadwal rencana pengembangan waralaba yang bersangkutan tidak tercapai, pewaralaba akan memutuskan kontrak perjanjian pengembangan waralaba pada daerah tersebut. Walau begitu, unit waralaba yang telah berdiri tetap

³Martin Mendelson, *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee, I*, (IPPM: Jakarta, 1993). h. 3.

⁴Martin Mendelson, *Franchising*

⁵Martin Mendelson, *Franchising*

dapat dioperasikan oleh terwaralaba. Ada 2 pihak yang berkepentingan dalam bentuk ini, yaitu Pewaralaba dan Terwaralaba.

c. *Subfranchising*

Subfranchising, kadang disebut juga *master franchising*, sifatnya mirip dengan area *development franchising*, hanya saja bentuk waralaba ini melibatkan 3 pihak. Perbedaannya adalah, pada bentuk waralaba ini franchisee memiliki pilihan antara membuka sendiri unit waralabanya atau menjual kembali unit waralaba (*sub franchising*) kepada pihak lain (ke-3), selama tujuan pengembangan waralaba dalam suatu daerah dapat tercapai. Bentuk kesepakatan ini umum digunakan oleh sistem waralaba internasional (terutama pewaralaba Amerika Serikat), biasanya disebut dengan “*master franchising*”, dan *franchisee* sebagai *sub franchisor* disebut sebagai “*master franchisee*”.

d. *Affiliation or Conversion Franchising*

Bentuk waralaba ini terjadi jika seorang pemilik dari suatu bisnis yang telah berjalan ingin berafiliasi dengan suatu jaringan waralaba yang telah terkenal. Tujuannya adalah agar bisnis tersebut dapat memanfaatkan keuntungan dari merek terkenal dan juga sistem operasi dari jejaring waralaba yang bersangkutan. Dalam *affiliation franchising* ini, terwaralaba biasanya diperbolehkan untuk tetap menggunakan merek lama yang telah mereka miliki diikuti dengan merek terkenal dari sang pewaralaba. Bentuk waralaba ini banyak diterapkan di industri perhotelan.

e. *Nontraditional Franchising*

Pada bentuk waralaba ini, pewaralaba menjual waralabanya untuk ditempatkan pada tempat-tempat tertentu yang khusus. Misalkan, suatu unit waralaba yang dijual didalam lokasi bisnis (mis: ritel) milik orang lain. Dalam hal ini pewaralaba membuat 2 perjanjian, yaitu perjanjian dengan terwaralaba dan perjanjian dengan pemilik bisnis.⁶

Secara spesifik terdapat dua bentuk waralaba yang berkembang di Indonesia.

⁶www.wirausaha.com.

a. Waralaba Format Bisnis

Yaitu seorang pemegang waralaba memperoleh hak untuk memasarkan dan menjual produk atau pelayanan dalam suatu wilayah atau lokasi spesifik, dengan menggunakan standar operasional dan pemasaran,⁷ contoh: *Restaurant, Fast Food, Hotel, dan Convince Store*.

b. Waralaba Distribusi Produk

Yaitu seorang pemegang waralaba memperoleh lisensi eksekutif untuk memasarkan produk dari satu perusahaan tunggal dalam sebuah lokasi spesifik,⁸ contoh: Keagenan sepatu, pompa bensin, dealer sepeda motor, dealer mobil, dan lain sebagainya.

D. Mekanisme Kerja Bisnis Waralaba

Waralaba merupakan suatu sistem dalam pemasaran barang dan jasa yang melibatkan dua pihak, yaitu pewaralaba dan terwaralaba. Sistem ini merupakan suatu kiat untuk memperluas usaha dengan menularkan sukses kepada orang lain. Dengan demikian, dalam sistem ini harus terdapat pelaku bisnis yang sukses dan kesuksesan yang diperolehnya tersebut akan disebarluaskan kepada pihak lain.

Manfaat utama dari pemilik waralaba adalah minimalisasi resiko dan investasi modal yang diperlukan untuk suatu keperluan internal. Namun demikian, ia memiliki tanggung jawab tambahan atas bisnisnya yang menuntut banyak usaha. Bagi terwaralaba dapat memiliki suatu sistem yang teruji yang dimiliki oleh pewaralaba, yang dalam banyak hal dilengkapi dengan nama dagang yang sudah diterima khalayak.

Mekanisme kerja dalam waralaba berdasarkan prinsip kesetaraan dan saling menguntungkan. Kesetaraan berarti hubungan kerja antara pewaralaba dan terwaralaba bersifat kolegial (horizontal), tidak seperti hubungan atasan dan bawahan. Kalaupun ada hubungan yang bersifat vertical, semata-mata itu kewajiban terwaralaba dalam mengikuti sistem dan aturan yang ditetapkan pewaralaba. Saling menguntungkan berarti

⁷Douglas J. Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Frenchise I* (PT. Elek Media Komputindo, 1993), 6.

⁸Douglas J. Queen, *Pedoman Membeli*.

masing-masing pihak menciptakan sinergi untuk mencapai tingkat laba optimal dan dibagi secara proporsional.

Dalam mekanisme kerjanya, Pewaralaba memberikan bantuan manajemen teknis, dan pemasaran kepada terwaralaba selama keduanya terikat dalam kontrak. Bantuan yang diberikan tidak hanya ketika terwaralaba dalam kondisi bisnis yang stabil, tetapi lebih khusus saat terwaralaba sedang mengalami situasi krisis. Atas bantuan tersebut menjadi logis ketika terwaralaba diwajibkan membayar sejumlah *royalty* kepada pewaralaba.

Kemudian terwaralaba membayar izin menggunakan merk dagang dan sistem bisnis. Sedangkan pembayaran *royalty* digunakan sebagai timbal jasa atas bantuan manajemen, teknik, dan promosi yang diberikan oleh pewaralaba secara kontinyu tersebut.

E. Keunggulan dan Kelemahan Sistem Waralaba

a. Keunggulan Bagi Pewaralaba

1. Metode perluasan pasar (*market expansion*); suatu wilayah pasar atau suatu pasar yang baru mudah dikembangkan, karena nama dan citra perawalaba dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba.
2. Alternatif sumber dana; modal untuk memperluas usaha lebih kecil, karena sebagian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru dipikul oleh pemegang waralaba.
3. Tingkat laba lebih tinggi yang diperoleh dari *up-front fee* dan *royalty*, peralatan dan suplai bahan baku, konsultasi dan sebagainya.
4. Tingkat kegagalan rendah (0,10%).⁹

b. Keunggulan Bagi Terwaralaba

1. Memulai suatu bisnis dengan kepercayaan tinggi, karena didukung oleh pewaralaba, perusahaan yang memiliki nama yang dikenal.
2. Menjalankan bisnis secara efisien, karena memiliki sistem bisnis yang sudah mapan.

⁹Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba I*, 34.

3. Akses pasar dan perbankan (lembaga pembiayaan) terbuka.

4. Tingkat kegagalan rendah (bisnis independent 76%).¹⁰

c. Kelemahan Bagi Pewaralaba

1. Pewaralaba tidak dapat mendikte, pewaralaba jika terjadi perubahan-perubahan harus memperbarui musyawarah dengan pihak terwaralaba.
2. Harapan terwaralaba sering terlalu tinggi. Tugas bagi pewaralaba untuk menurunkan harapan tersebut.
3. Jika pemegang waralaba (terwaralaba) yang dipilih tidak tepat, maka akan dapat menghancurkan reputasi bisnis pewaralaba.
4. Pewaralaba tidak dapat begitu saja mengakhiri kegiatan waralaba secara sepihak tanpa alasan yang sah.¹¹

d. Kelemahan Bagi Terwaralaba

1. Adanya keterikatan pada pewaralaba, dimana jenis produk yang dijual oleh terwaralaba biasanya terbatas dan sangat bergantung pada prestasi pewaralaba.
2. Biaya/modal yang dikeluarkan tidak sedikit, karena harus membayar *fee* awal dan *royalty*.
3. Terwaralaba tidak bebas lagi menjalankan usaha, ia harus mematuhi segala peraturan yang telah ditetapkan oleh pewaralaba.
4. Terwaralaba kadang-kadang diwajibkan untuk mencapai prestasi tertentu misalnya tingkat penjualan yang tinggi.¹²

F. Waralaba dalam Perspektif Hukum Islam

Dalam konteks fiqh klasik memang tidak dikenal istilah *franchise* maupun waralaba. Akan tetapi pola waralaba dalam pelaksanaannya lebih menekankan kepada dua masalah pokok, yaitu hak cipta dan kemitraan usaha. Disisi lain, meskipun pola waralaba dalam khazanah masyarakat Islam tergolong baru, akan tetapi dari fenomena yang berkembang, bentuk

¹⁰ Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba I*, 34.

¹¹ Jaujir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional, I*, (Bandung: PT. Citra Afitya Bakti, 1995), 34.

¹² Jaujir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise*, 35.

kemitraan itu ternyata sudah berlaku di beberapa Negara yang notabene mayoritas penduduknya beragama Islam.

Untuk itu, perlu kiranya wacana ekonomi Syariah melakukan sharing terhadap pola waralaba ini, agar seperti ungkapan klasik: "dapat mengambil yang baik dan meninggalkan yang buruk" dari sistem *franchise* yang memang lahir dari barat.

1. Tinjauan dari Aspek Hak Cipta

Hak cipta dalam khazanah hukum Islam termasuk hal yang baru, akan tetapi beberapa ahli hukum Islam telah berusaha untuk membahasnya, seperti *Fathi Daroini* menyebut hak cipta sebagai *Haqqul ibtikar*. Beliau juga mengatakan bahwa hasil karya ciptaan ilmiah adalah pekerjaan akal dan merupakan karya, maka ia adalah harta.¹³ Karya cipta yang bersumber dari hasil pemikiran merupakan jalan bagi perkembangan dan kemajuan kebudayaan manusia. Hasil pemikiran itu jikalau dilihat dari kacamata fiqh Islam bisa dimasukkan dalam kategori manfaat, bukan benda. Hal ini dapat dilihat dari hadits yang mengatakan:

Apabila seorang manusia meninggal dunia, maka terputuslah segala amal perbuatannya, kecuali tiga hal: sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan dimanfaatkan orang lain, dan anak yang mendoakan orang tuanya. (HR. Ahmad bin Hanbal).¹⁴

Hadis ini memberikan pengertian bahwa temuan itu adalah amal (perbuatan), dan sumber manfaat. Dengan memanfaatkan hasil kreatifitas seorang yang pandai berarti melanjutkan amal shalehnya yang tidak mungkin dipotong dengan kematiannya. Ilmu adalah amal yang merupakan sumber manfaat secara syari yang bekasnya abadi, meskipun penciptanya telah meninggal.¹⁵ kalau kita lihat dalam khazanah fiqh, maka akan kita dapatkan beberapa teori tentang harta.

Menurut *Ulama Hanafiah*, harta ialah segala sesuatu yang mungkin disimpan dan bisa dimanfaatkan. Menurut *Jumhur*, harta ialah segala sesuatu yang mempunyai nilai (*qimah*) dan orang yang merusakkan wajib menanggung beban (*dlaamah*) kerusakan. *Ulama hanafiyah* membatasi

¹³Fathi al-Daraini, *Al-Fiqh al-Islami al-Muqaran Ma'a al-Mudzarib* (Mathba'ah Thurbin, 1997), 23-25.

¹⁴Ahmad ibn Hanbal, *Musnad al-Imam Ahmad Ibn Hanbal*, Juz II dan IV (Beirut: Dar Shadir, t.th.), 11.

¹⁵Fathi al-Daraini, *Al-Fiqh al-Islami al-Muqaran*, 226.

pengertian harta kepada sesuatu yang berbentuk materi atau benda kasat mata. Adapun manfaat dan hak tidak termasuk harta, tetapi termasuk milik. Sedangkan ulama jumbuh menganggap manfaat dan hak sebagai harta, sebab maksud dari sesuatu itu adalah manfaatnya bukan semata-mata bendanya.¹⁶

Berdasarkan pandangan tersebut bisa dipahami bahwa nilai merupakan sandaran sesuatu dapat dipandang sebagai harta atau sebaliknya, dan nilai itu dasarnya adalah manfaat. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa manfaat merupakan asal dalam memberi nilai dan memandang sesuatu. Sesuatu yang asalnya belum merupakan harta, apabila dikemudian hari tampak manfaatnya, ia akan menjadi harta selama memberikan manfaat bagi manusia secara umum.

Apabila manfaat dikategorikan sebagai harta sebagaimana berlakunya sifat kehartaan terhadap benda, maka terhadap manfaat berlaku juga milik seperti terhadap benda, selama pemanfaatannya itu mudah secara syari.

Karya cipta merupakan kemaslahatan umum yang hakiki. Oleh sebab itu, hak para penciptanya perlu dilindungi dengan undang-undang dalam rangka menjaga hak dan kepentingannya demi menegakkan keadilan ditengah masyarakat.

2. Tinjauan dari Aspek Kemitraan Usaha

Persekutuan dalam Islam dikenal dengan istilah *syirkah*. Menurut Isa Asyuri, definisi *syirkah* adalah Adanya ketetapan hak atas semua objek persekutuan dari dua orang atau lebih secara merata.¹⁷ Artinya bahwa dalam suatu persekutuan yang paling utama adalah distribusi hak yang diperoleh masing-masing sekutu. hak tersebut akan diperoleh manakala kewajiban yang merupakan ketentuan yang harus dilakukan oleh masing-masing pihak tersebut telah dilaksanakan. hak dan kewajiban disini sifatnya dinamis dan relatif tergantung pada kemampuan seseorang untuk melakukan kualitas dan kuantitas.

16. ¹⁶Wahbah al-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh*, IV (Beirut: Dar al-Fikr, 1998), 16.

35. ¹⁷Ahmad Isa Asyur, *al-Fiqh al-Muyassar fi al-Muamalat* (Beirut: Dar al-Fikr, t.th.), 35.

G. Menggagas Waralaba Islami

Melihat teori dan praktek pola bisnis waralaba, layak kiranya sistem ekonomi Islam melakukan sharing, sehingga umat mendapat manfaat yang lebih besar dari pada madlratnya. Seperti halnya mode pakaian yang berasal dari luar negeri, ia harus disesuaikan dengan ketentuan syariah, selain pakaian itu betul-betul modis dan trendy, tetapi yang penting juga harus benar-benar menutup aurat.

Bagi seorang muslim, muamalah adalah persoalan duniawi, yang bagi pelakunya diberi kebebasan untuk mengembangkan dan berkreasi menurut kemajuan zaman. Meskipun demikian, kebebasan dalam membuat aturan-aturan dalam bermuamalah tidak boleh keluar dari prinsip-prinsip umum, yaitu

1. Segala bentuk muamalah adalah mubah (dibolehkan), kecuali yang ditentukan lain oleh al Qur'an dan sunnah Rasulullah.
2. Muamalah dilakukan atas dasar sukarela, tanpa paksaan.
3. Muamalah dilakukan atas dasar pertimbangan mendahulukan manfaat dan menghilangkan *madlrat* dalam masyarakat.
4. Muamalah dilaksanakan dengan memelihara nilai-nilai keadilan, menghindari dari unsur-unsur penganiayaan dan pengambilah kesempatan dalam kesempitan.¹⁸

Dengan mempertimbangkan kaidah-kaidah pokok muamalah ini, perlu kiranya digagas sebuah wacana tentang waralaba yang Islami. kata Islami bukan diproyeksikan untuk eksklusifitas, akan tetapi justru mengarah pada hal-hal yang inklusif, bahwa Islam selalu up to date, terbuka, dan selalu menjadi *rahmatan lil'alamin*. Hal ini dikarenakan tujuan hukum Islam pada dasarnya adalah memelihara agama, memelihara akal, memelihara jiwa, memelihara keturunan, dan memelihara harta.

Dalam waralaba ini, perlu kiranya ekonomi Islam memberikan ruang, agar pola bisnis ini dapat memberdayakan umat. Pemberdayaan pada dasarnya memiliki tiga pengertian. *Pertama*, menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan potensi dan sumberdaya yang terdapat atau dimiliki oleh seseorang. Memberdayakan berarti membangun sumber daya

¹⁸Ahmad Azhar Basyir, *Asar al-Urf fi at-Tasyri al-Islam* (Mesir: Dar al-Fikr, t.th.), 10.

dengan mendorong (*encourage*), memotivasi (*motivation*), dan membangkitkan kesadaran seseorang terhadap potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya. *Kedua*, memberikan penyediaan berbagai sarana dan media yang dapat mendorong terbukanya akses seluas luasnya bagi seseorang ke dalam berbagai kesempatan yang mengakibatkan semakin berdaya. *Ketiga*, melindungi dalam arti proses mencegah persaingan tidak sehat dan seimbang dan eksploitasi oleh yang kuat atas yang lemah. Perlindungan dan pemihakan pada yang lemah berarti tidak mengisolasi atau mempersempit ruang interaksi seseorang.¹⁹

Terdapat tiga aspek utama dalam memandang persoalan waralaba, yaitu:

1. Aspek Hak Cipta

Hak cipta merupakan harta bagi penemunya, khususnya *mazhab jumhur* yang memandang harta bukan semata-mata yang berwujud materi saja, manfaat juga termasuk harta. Hak cipta termasuk dalam kategori manfaat, yang selanjutnya mengambil bentuk materi, maka terhadap hak cipta ini berlaku transaksi jual beli sebagai mana benda materi lainnya.²⁰

Hak pencipta terhadap ciptaannya merupakan hak individu yang bersifat harta yang melekat pada dirinya. Ia merupakan karya ilmiah pribadi pencipta dan ia bertanggung jawab terhadapnya. Hak pencipta adalah hak yang diakui dan berpindah kepemilikan jika ia menyerahkan kepada pihak lain. Dalam fiqh Islam, hak milik terhadap benda bergerak bisa berpindah tangan yang diakui oleh sebagian ulama Hanafiyah, Malikiyah, dan Imam Ahmad.²¹

Jika kita hubungkan pendapat ulama diatas dengan UU HAKI, maka terdapat kesamaan antara keduanya. Dalam UU HAKI ditegaskan bahwa pencipta dapat mengalihkan haknya kepada seseorang atau suatu lembaga, badan, atau perusahaan untuk memanfaatkannya, mengumumkannya, memperbanyak, atau menyiarkan, pihak ini yang dinamakan pemegang atau pemakai hak cipta dalam sistem waralaba adalah terwaralaba.

Perjanjian waralaba yang disepakati oleh kedua belah pihak dalam penggunaan hak cipta, jelas tidak bertentanan dengan hukum Islam, karena

¹⁹Moch. Fahrur Rozi, *Kontroversi Bisnis MLM* (Yogyakarta: Pilar Media, 2005), 47.

²⁰Wahbah al-Zuhaili, 115.

²¹Fathi al-Daraini, *Al-Fiqh al-Islami al-Muqaran*, 284.

isi perjanjian maupun pelaksanaannya melalui kesepakatan kedua belah pihak. Kemudian kedua belah pihak dituntut untuk menjaga kesetiaan dan kejujuran, hal ini tentu saja sesuai dengan ayat al-Qur'an yang menyuruh menepati janji, yaitu "*Hai orang-orang yang beriman tepatilah janjimu* (QS al-Maidah/5: 1).

Bagi pihak pewaralaba sudah tentu berhak atas balas jasa yang merupakan fee atau royalty, yang merupakan hasil usahanya. Apabila *fee* atau *royalty* itu tidak dibayarkan sesuai dengan kesepakatan perjanjian, maka bisa disebut pelanggaran hat atas orang lain yang hal ini tentunya bertentangan dengan hukum Islam.

2. Aspek Bagi Hasil

Konsep muamalah yang bisa dijadikan dasar penetapan hukum waralaba adalah *syirkah abdan* dan *syirkah inan*, namun dua hal yang perlu menjadi bahan pertimbangan dalam beraktifitas ekonomi secara Islami, diantaranya adalah masalah kerelaan dan keadilan dalam bermuamalah, yaitu sukarela atau kerelaan. Hal ini sesuai dengan bunyi hadits: "*Sesungguhnya jual beli itu dilaksanakan atas dasar kerelaan*" (HR. Ibnu Majah).²² Sedangkan dasar lainnya adalah keadilan, karena keadilan inilah yang menjadi tujuan utama, sehingga tercapai kebahagiaan dunia akherat.

Tentang besarnya ketentuan bagian *royalty* dari laba bersih, hal tersebut merupakan kesepakatan antara kedua belah pihak yang tertuang dalam perjanjian waralaba. Kenyataan yang demikian ini adalah dibenarkan adanya karena dalam masalah ini manusialah yang lebih mengerti akan apa yang sesuai bagi mereka. Hadis Rasulullah saw.: "*Kamu sekalian lebih mengetahui tentang urusan dunia kamu sekalian.*"²³ Disamping itu, ketentuan pembagian tersebut bisa dianggap *Urf (adapt)* sesuai dengan definisi *urf* yang diberikan oleh Abdul Wahab Khalaf, yaitu:

Penetapan hukum terhadap kejadian yang tidak ada nash-nya tidak ada ijmā (kesepakatan) terhadapnya dengan berpijak atas pemeliharaan *masalah mursalah* secara mutlak.²⁴

²²Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah* (Mesir: Isa al-Bab al-Halab wa Syurakah, 1950), 737

²³An-Nawawi, *Syarah Sahih Muslim* (Mesir: t.p., 1924), 118.

²⁴Abdul Wahab Khalaf, *Ilm Ushul Fiqh* (Kairo: ad-Da`wah al-Islamiyah Syabab az-Zahra, 1987), 85-86.

Adat yang telah berjalan tersebut bisa dianggap sebagai hukum yang berdiri sendiri, sesuai dengan kaidah: “*Adat kebiasaan itu dapat menjadi suatu ketetapan hukum*”.²⁵

Kaidah di atas sangat tepat untuk dijadikan dasar legalisasi terhadap praktik waralaba. Akan tetapi, legalisasi ini tidak bisa berjalan sendiri. Ia harus didukung dengan tujuan utama syariat, yaitu keadilan disamping juga sama-sama suka. Dengan demikian, bisa terjadi dalam suatu adapt tidak bisa dilegalisasi dengan kaidah diatas, karena tidak dapat dukungan dari salah satu tujuan utama syariat, baik asas keadilan atau asas suka rela.

3. Aspek Cara Penyelesaian Masalah

Permasalahan ataupun persengketaan dalam urusan muamalah adalah sangat mungkin terjadi, baik itu yang dilakukan dengan kesengajaan ataupun tidak. Al-Qur'an telah menyebutkan adanya kemungkinan tersebut, sehingga secara antisipatif disebutkan bagaimana menyelesaikan permasalahan jika hal itu terjadi. Disebutkan dalam al-Qur'an: “ *kemudian jika kamu berlainan pendapat tentang sesuatu, maka kembalilah ia kepada Allah (al-Qur'an) dan Rasul (sunnah) nya.* (QS al-Nisa/2: 59).

Penyelesaian yang diinginkan al-Qur'an sangat global sekali, namun, ketentuan ini justru memberikan peluang bagi manusia untuk mengembangkan dan merinci ketentuanyang diinginkan sesuai dengan kondisinya dengan tetap berpijak pada tujuan utama, yaitu keadilan.

Berkaitan dengan permasalahan diatas, maka dimungkinkan sekali dalam bisnis waralaba pun terjadi persengketaan. Bila terjadi persengketaan jalan pertama yang ditempuh adalah dengan musyawarah secara kekeluargaan, ini bisa dilakukan di depan notaris yang menjadi saksi perjanjian. Jika tahap musyawarah ini dirasa tidak menyelesaikan masalah, maka sesuai perjanjian kedua belah pihak bisa menyelesaikan lewat Badan Arbitrase ataupun Pengadilan Negeri.

Disamping itu, dalam hal ini dapat juga digunakan dalil *masalah mursalah*: aturan-aturan yang belum ada dalam syariat bisa dijasikan sumber hukum selama mendatangkan kemaslahatan bagi kehidupan manusia. Hal ini

²⁵ Abd ar-Rahman bin Abi Bakr Jalal al-Din al-Suyuti, *Al-Asbah wan-Nazair*, (Beirut: Muassanah al-Kutub as-Saqafiyah, 1986), 119.

sesuai dengan kaidah ushul fiqh: *Hukum itu mengikuti kemaslahatan yang terkuat*.²⁶

Dengan demikian, proses penyelesaian masalah dengan masyawarah dan penerapan aturan-aturan yang ada dalam perjanjian waralaba dapat diterima oleh hukum Islam berdasarkan prinsip-prinsip di atas.

Berkaitan dengan pengajuan penyelesaian masalah ke abitrasi atau kepengadilan Negeri, ajaran Islam telah memberikan dorongan kepada umatnya untuk tidak kaku mengambil tindakan dalam menyelesaikan segala permasalahan. Karena pada dasarnya seorang yang berijtihad atau berusaha untuk membuat keputusan, baik bagi dirinya maupun orang lain, itu sama-sama mendapatkan pahala. Baik jika ijtihadnya benar atau salah sesuai hadits nabi: “*Seorang hakim jika berijtihad menetapkan hukum kemudian ketetapanannya itu benar, maka baginya pahala dan jika ketetapanannya salah maka baginya satu pahala*”.²⁷

Dari tiga aspek pokok waralaba, yaitu mengenai hak cipta, proses "bagi hasil", dan proses penyelesaian masalah yang timbul dapat diambil kesimpulan bahwa pola bisnis waralaba sama sekali tidak bertentangan dengan hukum Islam. bahkan pola bisnis waralaba dapat dimanfaatkan umat Islam sebagai pola pembangunan ekonomi berbasis umat.

Gagasan waralaba Islami tentunya bukan serta merta latah dengan istilah yang serba syarjah seperti bank syarjah, asuransi syarjah, ataupun multi level marketing syarjah, yang sekarang kian marak. Akan tetapi, gagasan waralaba Islami lebih pada tatanan nilai yang dibangun dalam pola kemitraan usaha, yang disitu terjadi beberapa pola muamalah yang sehat dan juga sesuai dengan syarjah meliputi:

1. Dalam waralaba terdapat unsur penghargaan atas karya cipta orang, kreasi, temuan orang lain, yang dituangkan dalam aturan formal, yaitu undang-undang. Penghargaan tersebut tidak sebatas jargon belaka, akan tetapi dalam bentuk riil adalah membayar royalti kepada yang berhak.
2. Dalam waralaba, tidak ada unsur eksploitasi antara orang yang satu dengan yang lain, yang terjadi adalah kesetaraan yang saling menolong dan membutuhkan.

²⁶ Asjmuni A. Rahman, *Kedudukan Adat Kebiasaan (Urf) dalam Hukum Islam*, (Yogyakarta: CV. Bina Usaha, 1983), 71.

²⁷ Ahman bin Ali bin Hajar al-Asqalani, *Fath al-Bary* (t.tp: al-Maktabah as-Salafiah, t.th.), 318.

3. Niat berwaralaba adalah untuk mempererat persatuan umat, terutama disektor ekonomi. Hal ini bisa dilakukan dengan bentuk riil, menularkan ilmu (dagang) yang di dapatkan kepada orang lain, dan mungkin tidak terhenti disitu saja, akan tetapi lebih menjaga tali ukhuah secara kontinu dan produktif.
4. Bagi hasil dari keuntungan berkongsi, harus senantiasa dibagi seadil-adilnya tanpa ada unsur riba sedikitpun.
5. Secara makro, waralaba barmanfaat bagi masyarakat banyak, yaitu penyedia lapangan kerja yang luas dan mempunyai fungsi mengentaskan kemiskinan.
6. Waralaba sesuai dengan aturan Negara. Sebaliknya, Negara juga mempunyai kewajiban melindungi segala macam karya cipta yang dikomersialkan. Negara harus memupuk iklim berinvestasi lewat pola waralaba, terutama bagi waralaba lokal, agar masyarakat pribumi lebih merasakan manfaat yang signifikan.
7. Berwaralaba ataupun bermitra usaha tidak hanya diniatkan meraih keuntungan duniawi saja, akan tetapi juga mengedepankan keuntungan ikhrawi.

Jadi secara syarjah *frenchise* atau waralaba tidak bertentangan dengan nilai-nilai syarjah. Karena tatacara dan aturan-aturan yang ditetapkan dalam konsep waralaba tersebut masih sesuai dengan hukum Islam dan tidak melanggar norma-norma agama dan susila.

H. Penutup

Mekanisme kerja dalam waralaba berdasarkan prinsip kesetaraan dan saling menguntungkan. Kesetaraan berarti hubungan kerja antara pewaralaba dan terwaralaba bersifat kolegial (horizontal), tidak seperti hubungan atasan dan bawahan. Kalaupun ada hubungan yang bersifat vertical, semata-mata itu kewajiban terwaralaba dalam mengikuti sistem dan aturan yang ditetapkan pewaralaba. Saling menguntungkan berarti masing-masing pihak menciptakan sinergi untuk mencapai tingkat laba optimal dan dibagi secara proporsional proporsional.

Dalam waralaba ini, perlu kiranya ekonomi Islam memberikan ruang, agar pola bisnis ini dapat memberdayakan umat. Pemberdayaan pada

dasarnya memiliki tiga pengertian. *Pertama*, menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangan potensi dan sumberdaya yang terdapat atau dimiliki oleh seseorang. Memberdayakan berarti membangun sumber daya dengan mendorong (*encourage*), memotivasi (*motivation*), dan membangkitkan kesadaran seseorang terhadap potensi yang dimiliki serta berupaya mengembangkannya. *Kedua*, memberikan penyediaan berbagai sarana dan media yang dapat mendorong terbukanya akses seluas luasnya bagi seseorang ke dalam berbagai kesempatan yang mengakibatkan semakin berdaya. Ketiga. Melindungi dalam arti proses mencegah persaingan tidak sehat dan seimbang dan eksploitasi oleh yang kuat atas yang lemah.

Pada akhirnya kemudian dibutuhkan adanya gagasan waralaba Islami, tentunya gagasan ini bukan serta merta latah dengan istilah yang serba syariah seperti bank syariah, asuransi syariah, ataupun multi level marketing syariah, yang sekarang kian marak. Akan tetapi, gagasan waralaba Islami lebih pada tatanan nilai yang dibangun dalam pola kemitraan usaha, yang disitu terjadi beberapa pola muamalah yang sehat dan juga sesuai dengan syariah

Daftar Pustaka

- Al-Asqalani, Ahman bin Ali bi Hajar. *Fath al-Bary*. T.tp: al-Maktabah as-Salafiah, t.th.
- Al-Asyur, Ahmad Isa. *Al-Fiqh al-Muyassar fi al-Muamalat*. Beirut: Dar al-Fikr, t.th.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asar al-Urf fi at-Tasyri al-Islam*. Mesir: Dar al-Fikr, t.th.
- Al-Daraini, Fathi. *Al-Fiqh al-Islami al-Muqaran maa al-Mudzarib*. Mathbqah Thurbin, 1997.
- Ibn Hanbal, Ahmad, *Musnad al-Imam Ahmad Ibnu Hanbal*, II, IV. Beirut: Dar Shadir, t.th.
- Ibn Majah. *Sunan Ibnu Majah*. Mesir: Isa al-Bab al-Halab wa Syurakah, 1950.
- Karamoy, Amir. *Sukses Usaha Lewat Waralaba I*. Jakarta: Jurnalindo Aksara Grafika, 1996.

- Khalaf, Abdul Wahab. *Ilm Ushul Fiqh*. Kairo: ad-Dawah al-Islamiyah Syabab az-Zahra, 1987.
- Mendelson, Martin, *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee, I*. Jakarta: IPPM: Jakarta, 1993.
- Al-Nawawi. *Syarah Sahih Muslim*. Mesir: t.p., 1924.
- Queen, Douglas J. *Pedoman Membeli dan Menjalankan Frenchise, I*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 1993.
- Rahman, Asjmuni A. *Kedudukan Adat Kebiasaan (Urf) dalam Hukum Islam*. Yogyakarta: CV. Bina Usaha, 1983.
- Rozi, Moch. Fahrur. *Kontroversi Bisnis MLM*. Yogyakarta: Pilar Media, 2005.
- Sumardi, Jaujir. *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional, I*. Bandung: PT. Citra Afitya Bakti, 1995.
- Al-Suyuti, Abd ar-Rahman bin Abi Bakr Jalal al-Din. *Al-Asbah w an-Nazair*. Beirut: Muassanah al-Kutub as-Saqafiyah, 1986.
- Al-Zuhaili, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islam wa Adillatuh*, IV. Beirut: Dar al-Fikr, 1998.

www.wirausaha.com